



research tools

Marketingmaßnahmen
erfassen, verstehen, bewerten

Pressemitteilung

Saisonale Süßwaren verzeichnen ein Werbeplus



In der Süßwarenbranche gehen die Werbespendings nach einem Vorjahreshoch deutlich zurück. Von den 14 analysierten Teilmärkten verzeichnet einzig der Produktmarkt der saisonalen Süßwaren ein signifikantes Volumenplus.

Esslingen am Neckar, 14. Juni 2023 – Die werbungstreibenden Süßwarenmarken haben innerhalb von zwölf Monaten rund 956 Millionen Euro in ihre mediale Kommunikation investiert. Damit zeigt sich nach einem Vorjahreshoch eine deutliche Abschwächung um fast 20 Prozent. Neben dem Werbevolumen ist ebenfalls die Anzahl Werbungtreibender rückläufig. Pro Monat werben aktuell durchschnittlich 81 Marken für ihre Produkte, was einem Minus von über zehn Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Üblicherweise schwankt im Jahresverlauf das Werbeaufkommen in der Süßwarenbranche stark. Vor Ostern steigen die Spendings zu einer ersten Spitze an, fallen danach dann wieder ab bevor sie sich im Oktober beziehungsweise November zu einem absoluten Volumenpeak aufturnen.

Unter den insgesamt 14 analysierten Teilmärkten steht die Produktwerbung für Riegel an erster Stelle. Auf diesen Produktmarkt entfällt über ein Viertel des Gesamtvolumens. Pralinen liegen auf Rang zwei mit einem Volumenanteil von 21 Prozent, die übrigen Teilmärkte finden sich bei der Zehn-Prozent-Marke oder darunter. In fast allen Produktmärkten sind die Spendings im Vergleich zum Vorjahr zurückgegangen. Einzig der Produktmarkt der saisonalen Süßwaren wie Adventskalender, Nikoläuse, Osterhasen und Weihnachtsmänner zeigt ein signifikantes Volumenplus und verzeichnet mit 76 Millionen Euro den höchsten Wert innerhalb der letzten fünf Jahre.

Über das ganze Jahr verteilt werben in der Branche mehr als 230 Süßwarenmarken, davon 37 Marken mit einem Volumen von mehr als zehn Millionen Euro. Diese 16 Prozent der Marken mit intensiver medialer Kommunikation repräsentieren beeindruckende 91 Prozent des gesamten Werbevolumens.

Über die Studie:

Die ‚Werbemarktanalyse Süßwaren 2023‘ von *research tools* untersucht die Werbeausgaben für Süßwaren in Deutschland. Sie gibt auf 100 Seiten Einblick in Trends, Benchmarks und Strategien und zeigt quantitative Fünf-Jahres-Trends für 200 Marken auf. Für zehn Top-Marken visualisiert neben einer zeitlichen Werbedruckverteilung nach Mediengattungen eine statistische Kommunikationspositionierung auf Basis Jahreszeiten und Mediensplit die Allokation der Budgets.

Weitere Informationen zur Studie:

<https://research-tools.net/werbemarktanalyse-suesswaren-2023>

Der Studienherausgeber:

Der Spezialist für Marketinganalyse **research tools** mit Sitz in Esslingen am Neckar bei Stuttgart bietet umsetzungsstarke, wettbewerbsorientierte Marktforschung.

www.research-tools.net

www.linkedin.com/company/research-tools-net

Werbependingdaten und Werbemotive der Studie beziehen sich auf den deutschen Markt und entstammen der Werbedatenbank des unabhängigen Medienbeobachters **AdVision digital**, Hamburg.

www.advision-digital.de

Pressekontakt:

Uwe Matzner

research tools

Kesselwasen 10

73728 Esslingen am Neckar

Tel. +49 (0)711 - 55090381

Fax +49 (0)711 - 55090384

uwe.matzner@research-tools.net